



**University of  
Zurich**<sup>UZH</sup>

**Zurich Open Repository and  
Archive**

University of Zurich  
University Library  
Strickhofstrasse 39  
CH-8057 Zurich  
[www.zora.uzh.ch](http://www.zora.uzh.ch)

---

Year: 2011

---

**Der Sport ist der natürliche Feind der Serie. Ein Interview mit Michel  
Bodmer, dem Leiter der Redaktion Film und Serien beim Schweizer  
Fernsehen**

Zutavern, Julia ; Bodmer, Michel

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-57017>

Book Section

Published Version

Originally published at:

Zutavern, Julia; Bodmer, Michel (2011). Der Sport ist der natürliche Feind der Serie. Ein Interview mit Michel Bodmer, dem Leiter der Redaktion Film und Serien beim Schweizer Fernsehen. In: Blanchet, Robert; Köhler, Kristina; Smid, Tereza; Zutavern, Julia. Serielle Formen. Von den frühen Film-Seriels zu aktuellen Quality-TV- und Online-Serien. Marburg: Schüren, 435-442.

Julia Zutavern

## **«Der Sport ist der natürliche Feind der Serie.»**

### **Ein Interview mit Michel Bodmer, dem Leiter der Redaktion Film und Serien beim Schweizer Fernsehen**

Wie kommen Qualitätsserien ins Schweizer Fernsehen, und wie kommen sie beim Schweizer Fernsehpublikum an? Michel Bodmer, seit 2004 Leiter der Redaktion Film und Serien beim Schweizer Fernsehen, erklärt, wo man Serien kaufen kann, vor wem man sie schützen muss und was ihre Qualität ausmacht.

Mit Michel Bodmer sprach Julia Zutavern im September 2009.

**Herr Bodmer, als Leiter der Redaktion Film und Serien sind Sie für rund 30 Prozent des Programms von «SF 1» und «SF zwei» verantwortlich. Welchen Stellenwert haben Serien darin?**

Einen wichtigen. Seit fünf Jahren zeigen wir montags zur Hauptsendezeit auf SF zwei drei einstündige Serien hintereinander. Der Sport wird zu dieser Zeit so weit wie möglich zurückgebunden. Der Zuschauer kann sich also darauf verlassen, seine Serien zu sehen. Der Montagabend ist schon fast eine Institution und zumindest strategisch ein wichtiger Sende-termin auf SF zwei: Er ist sowohl imagebildend als auch quotenrelevant. An den übrigen Serienterminen ist es hingegen schwieriger, Kontinuität herzustellen. Anfang des Jahres 2009 haben wir versucht, einen zweiten Hauptabend zu lancieren, mit Krimi- und Actionserien in Ergänzung zu den Frauen-affinen Dramedies und Arztserien am Montag. Doch der tut sich schwer. Er wird vom Sport stark durchlöchert, was für die Zuschauerbindung fatal ist. Wir hatten ihn zunächst auf den Sonntag gelegt, dann auf den Freitag verschoben. Mittlerweile hat sich auch das Spätabendprogramm am Donnerstag etabliert, das für härtere Action oder gewagtere Serien wie CALIFORNICATION (US, Showtime seit 2007) reserviert ist. Allerdings erodieren die Quoten in der letzten Zeit überall; der ganze Serienhype hat nachgelassen.

**Heißt das, der viel zitierte Trend der Quality Television Series ist schon wieder vorbei?**

Dieser Trend war der Grund, warum wir auf SF zwei überhaupt angefangen haben, Serien im Hauptabendprogramm zu zeigen. Das war 2004/05, als die großen Disney-Serien *DESPERATE HOUSEWIVES* (US, ABC seit 2004), *GREY'S ANATOMY* (US, ABC seit 2005) und *LOST* (US, ABC 2004–2010) auf den Markt kamen; das war wirklich ein Quantensprung, der sich auch beim Schweizer Fernsehen bemerkbar machte. Das Publikum stellte fest, dass Serien nicht nur eine Nebenunterhaltung beim Bügeln sind, sondern mindestens so interessant, komplex und künstlerisch wertvoll wie das Hollywood-Spielfilmangebot. Doch seit zwei Jahren, seit dem Drehbuchstreik 2007/08, sinken die Quoten wieder. Es ist schwierig, die Leute langfristig an eine Serie zu binden. Die Favoriten sind übrigens immer noch dieselben wie 2005: *DESPERATE HOUSEWIVES*, *GREY'S ANATOMY*, *HOUSE M.D.* (US, Fox seit 2004) – aber selbst sie haben Zuschauer verloren, zumindest zwischenzeitlich.

**Welche Serie hat beim (Deutsch-)Schweizer Publikum denn am meisten Erfolg?**

Wenn man nach den Nettozahlen geht, sind das die ZDF-Krimis, die wir seit Jahren immer am Dienstagabend auf SF 1 zeigen. Auch die Schweizer Eigenproduktionen *FASCHT E FAMILIE* (CH, SF 1994–1999) und *LÜTHI UND BLANC* (CH, SF 1999–2006) sind sehr gut gelaufen. Ihre Zuschauerwerte liegen um ein Vielfaches höher als die Werte, die wir auf SF zwei mit *DESPERATE HOUSEWIVES* und dergleichen erreichen.

**Mit der Arztserie TAG UND NACHT (CH, SF 2008), die LÜTHI UND BLANC ablösen sollte, hat auch das Schweizer Fernsehen einen Schritt in Richtung Qualitätssteigerung gewagt. Von einigen Kritikern wurde dies anerkennend wahrgenommen, die Zuschauer blieben aber trotzdem aus. Woran lag das?**

Da streiten sich die Gelehrten. Eine Theorie lautet, dass der Sendeplatz am Freitag um 21 Uhr nicht gepasst hat. Ich persönlich denke, es lag eher daran, dass man mit der Serie zwei Publikumsgruppen gleichzeitig bedienen wollte: Sie sollte einerseits schweizerische Realität abbilden und Identifikationswerte schaffen und sich andererseits der neuen Bildsprache Hollywoods annähern – und das bei einem unglaublichen Produktionsdruck. Das konnte nicht klappen. Den jüngeren Zuschauern war die Serie zu schweizerisch und zu unbeholfen, dem durchschnittlichen SF-1-Publikum zu schnell, zu urban und zu modern.

**Stimmen denn bei den amerikanischen Serien Qualität und Quote überein?**

Das ist schwer zu sagen. Bei den Montagsserien wie *GREY'S ANATOMY* und *DESPERATE HOUSEWIVES* bedienen wir auch Soap-Erwartungen. Diese Serien wirken mittlerweile nicht mehr ganz so kühn wie noch vor vier Jahren. Sie sind zwar immer noch sehr sauber gemacht, aber nicht mehr neu. Schon seit einer Weile sucht man jetzt nach den nächsten *DESPERATE HOUSEWIVES* – nach einer Serie, die neue Zeichen setzt und die Sehgewohnheiten der Zuschauer wenn auch nicht durchbricht, so doch ein bisschen erweitert.

**Wenn man Konzeption, Gestaltungsweise und Inhalte dieser Qualitätsserien mit Spielfilmen vergleicht, zum Beispiel *DESPERATE HOUSEWIVES* mit *AMERICAN BEAUTY* (Sam Mendes, US 1999) oder *DEXTER* (US, Showtime seit 2006) mit *AMERICAN PSYCHO* (Mary Harron, US 2000), lässt sich darüber streiten, wie innovativ und radikal sie sind. Im Kino hantiert man schon lange mit verschiedenen Genremustern, ambivalenten Figuren und komplexen Erzählstrukturen. Bekommen wir bei aller «Quality» doch nur den braven, fernsehtauglichen Abklatsch erfolgreicher Spielfilme vorgesetzt?**

Bestimmt inspirieren sich Film- und Serienproduktionen gegenseitig. Fernsehserien haben allerdings zwei Vorteile gegenüber Kinofilmen: die Vertiefung und die Weiterentwicklung. Die Frage, die sich bei einer neuen Serie wie *DESPERATE HOUSEWIVES* stellt, ist also weniger, ob man in ihr Elemente von Spielfilmen oder – wie man auch argumentieren könnte – von früheren Serien wie *TWIN PEAKS* (US, ABC 1990–1991) wiedererkennt, als vielmehr, inwiefern sich diese Elemente durch sie verändern. Ein gutes Beispiel hierfür ist *TELL ME YOU LOVE ME* (US, HBO 2007). Die Konsequenz, mit der hier Sexualität als Ausdruck einer Beziehung in Szene gesetzt wird, ist weder fernsehgemäß, noch habe ich Ähnliches je im Kino gesehen. Und auch in *DEXTER* wird die Vorlage – die Roman-Reihe von Jeff Lindsay – nicht eins zu eins umgesetzt. Die Serie nimmt ihre Hauptfigur, den Serienkiller, zum Anlass, um Normalität zu reflektieren. Manche Zuschauer behaupten, der Ich-Erzähler Dexter sei ein Autist; ein Mensch, der abseits der Normalität steht und versucht, sich in diese einzufügen. Ich denke, das Interessante an diesen neuen Serien ist, dass sie die Vorläufer und Muster, auf denen sie aufbauen, zum Schillern bringen.

**Qualitätsserien erneuern also die Film- und Fernsehkultur?**

Ich denke schon, und zwar in doppelter Hinsicht: Einerseits pragmatisch, weil sie Zuschauer binden und während 13 bis 22 Wochen eine zuverlässige Quote bringen, andererseits künstlerisch und inhaltlich. Das kann man

an SIX FEET UNDER (US, HBO 2001–2005) sehen. Wie diese Serie ihre Figuren entwickelt, geht weit über das filmische Maß hinaus; da kommt man in eine Dimension, die bisher nur dicken Romanen vorbehalten war. Das ist es, was diese Serien interessant macht: Die Zuschauer leben sich in sie ein, die Figuren werden gewissermaßen zu ihren Familien, was zu ganz anderen Auseinandersetzungen führt als bei einem Film von 90 Minuten. Serien bringen einen dazu, sich auf Figuren und Sachverhalte einzulassen, die einem weder vertraut noch besonders sympathisch sind. In einer Serie wie THE WIRE (US, HBO 2002–2008) oder DEXTER begibt man sich als Zuschauer in Gefilde, die man in der Realität normalerweise meidet, begegnet Figuren, mit denen man sich nur widerstrebend identifiziert. Da entstehen interessante Reibungen. Man beginnt sich von gewissen Geschichten und Themen zu distanzieren, in einer Weise, die sehr produktiv sein kann.

#### Inwiefern produktiv?

Gesellschaftlich und politisch. Zum Beispiel THE WEST WING (US, NBC 1999–2006), die Serie über den Alltag des (fiktiven) Präsidenten Josiah «Jed» Bartlet. Sie zeigt Ereignisse aus der realen amerikanischen Politik, zeitlich leicht verschoben und aus einem völlig anderen Blickwinkel, und wird dadurch in mehrfacher Hinsicht zu einem Zerrspiegel der amerikanischen Gegenwart. Das ist eine, wie ich finde, höchst interessante Form der künstlerischen, aber auch politischen Auseinandersetzung – solche langfristigen Formen der kritischen Selbstbespiegelung findet man im Kino nicht.

#### Gilt das auch für 24?

Bei 24 (US, Fox 2001–2010) ist der Drama- und Tempoaspekt so dominant, dass die inhaltliche Auseinandersetzung mehr oder weniger auf der Strecke bleibt. Manche Staffeln haben aber trotzdem eine politische Dimension, indem sie verbreitete Wertmaßstäbe auf den Kopf stellen. Wenn man den Leuten ihre Vorurteile vorführt, kann das einen positiven sozialen Effekt haben. So funktionieren übrigens auch BREAKING BAD (US, AMC seit 2007) und WEEDS (US, Showtime seit 2005); sie brechen eines der letzten großen Tabus in Amerika, indem sie Drogendealer zu Identifikationsfiguren machen.

#### Verstoßen manche Serien nicht gegen die Konzessionsauflagen?

Wir halten uns da an den Usus der deutschen Sender, gewisse Altersbeschränkungen an die Sendezeit zu koppeln: Die Serien um 22 Uhr sind ab 16 Jahren freigegeben, die nach 23 Uhr ab 18 – allerdings haben die Produktionen ohnehin nur selten Altersbegrenzungen. Bis jetzt hat uns noch

keine Serie Ärger mit der Unabhängigen Beschwerdeinstanz gemacht. 2010 startet TELL ME YOU LOVE ME, eine eher gewagte Serie in sexueller Hinsicht. Wir sind auf die Reaktionen gespannt – je nachdem werden wir eine Warnung vorschalten.

#### Gibt es, was die Popularität einer Serie betrifft, gravierende Unterschiede zwischen den USA und Europa?

Ja, die Quoten aus Amerika lassen sich nur bedingt auf Europa übertragen. Es gibt sogar Unterschiede zwischen Deutschland und der Schweiz. Das Einzige, was man mit Gewissheit sagen kann, ist, dass eine Serie, die in den USA nicht funktioniert, auch in Europa nicht funktionieren wird. Umgekehrt gilt diese Regel aber nicht. Manche Themen, die in Amerika großen Anklang finden, sind nur schwer exportierbar. Ein Beispiel dafür ist die Serie BROTHERS & SISTERS (US, ABC seit 2006), die zeigt, wie sich das 9/11- und Irak-Trauma in familiären Beziehungen niedergeschlagen hat; eine Frage, die, den Quoten nach zu urteilen, dem hiesigen Publikum ziemlich egal war. Ich könnte mir zwar vorstellen, dass bestimmte US-Serien in Europa mehr Anklang finden würden als in Amerika – vor allem im peripheren Arthouse-Bereich –, nur lässt sich das selten überprüfen, weil sie es gar nicht erst nach Europa schaffen.

#### Gibt es auch Unterschiede zur Westschweiz?

Ja. Es gibt Genres wie Mystery und Science Fiction, die in der Regel außerhalb des deutschen Sprachraums besser laufen. Unser Sprachraum ist nicht sehr offen fürs Fantastische.

#### Haben Sie schon einmal eine amerikanische Serie für den deutschen Markt entdeckt?

Ja, in Ausnahmefällen und mit wechselndem Erfolg. Wir haben zum Beispiel WONDERLAND (ABC, 2000) und JOHN ADAMS (HBO, 2008) aus Amerika, MISTRESSES (BBC 2008–2010) aus England und ENGRENAGES (seit 2005) aus Frankreich als exklusive Premieren mit deutschen Untertiteln gezeigt. Das sind Serien, die zwar qualitativ hochstehend, aber wirklich nur für ein Minderheitenpublikum geeignet sind. Solche Serien zeigen wir aus Prestigegründen, als Kulturauftrag, nicht um Quote zu machen.

Apropos Kulturauftrag: Dem Leitbild des Schweizer Fernsehens zufolge ist es Ihre Aufgabe, «die Interessen von Mehrheiten und Minderheiten» zu berücksichtigen, «sich an höchsten professionellen sowie ethischen Standards» zu orientieren und eine «breite Auswahl internationaler Serien», «wenn immer möglich als TV-Premieren und in Zweikanalton»

zu präsentieren. Lassen sich diese Anforderungen innerhalb der Rahmenbedingungen des Schweizer Fernsehens überhaupt erfüllen?

Grundsätzlich ja. Das Problem ist, wie gesagt, nur der Sport. Der Sport ist der natürliche Feind der Serie, weil er mit seinen unberechenbaren Live-Sendungen den Rhythmus stört. Serien sind ein Ritual, sie wollen regelmäßig gesehen werden – wie der Sport. Beide gehören zu den Programmschwerpunkten von SF zwei, damit müssen wir leben.

**Sie waren im Mai 2009 in Los Angeles an den sogenannten LA Screenings, der großen Serienmesse. Was haben Sie eingekauft?**

Wir haben uns bisher noch zu kaum etwas verpflichtet. Aus der Erfahrung der letzten Jahre haben wir gelernt, dass es besser ist, erst einmal abzuwarten, wie sich die Staffeln entwickeln: Wir sehen in L.A. ja immer nur die Pilotepisoden. Oft werden Serien auch schnell wieder eingestellt, so dass es gar keinen Sinn hat, sie einzukaufen.

**Haben Sie einen neuen Trend entdeckt?**

Es gibt immer ein paar Motive, die bei verschiedenen Studios gleichzeitig präsent sind. 2009 waren das die sogenannten *cougars*, also Frauen um die 40 und darüber, die sich mit wesentlich jüngeren Männern einlassen. Sie sind zumindest in zwei Serien prominent vertreten: In *ACCIDENTALLY ON PURPOSE* (US, CBS 2009–2010) und *COUGAR TOWN* (US, ABC seit 2009), beides Comedies. Außerdem wurde mehrfach versucht, an den Erfolg der Highschool-Musicalfilme von Disney und gewisser Castingshows anzuknüpfen. Dann gab es beliebige Variationen von Polizeiserien, von denen einige offensichtlich von *THE WIRE* inspiriert wurden, und die üblichen Versuche, Bewährtes wie *TWIN PEAKS* wieder aufzuwärmen. Der ganz große innovative Knaller blieb dieses Jahr aber aus.

**Wie muss man sich so ein Serien-Shopping vorstellen? An welchen Kriterien orientieren Sie sich beim Einkauf?**

Das kommt auf den Sendeplatz an, den wir zu besetzen haben. Eine Serie für den Montagabend muss ganz anderen Ansprüchen genügen als eine für den Sonntagspätabend. Für den Montag brauchen wir Produktionen mit Soap-, Drama- oder Comedy-Komponenten – Serien, die auch ein weibliches Publikum ansprechen. Einkauf und Platzierung hängen zudem stark davon ab, was im deutschsprachigen Ausland läuft, oder davon, ob wir eine Serie als Premiere zeigen können oder nicht.

**Vor den LA Screenings finden die Upfronts statt, das Showcase für die Werbeanbieter, bei denen der Preis einer Serie festgelegt wird. Wird nicht schon dort entschieden, welche Serien es nach Europa schaffen?**

Nicht, was unser Programm betrifft. Aber für die deutschen Privatsender spielen die Ergebnisse der Upfronts mit Sicherheit eine Rolle – mit dem Vorbehalt, dass der amerikanische und deutsche Werbemarkt nur bedingt miteinander vergleichbar sind. Übrigens habe ich vor kurzem gelesen, dass es Bestrebungen gibt, die Upfronts abzuschaffen, weil die Studios lieber direkt auf ihre Werbekunden zugehen. Es kann also sein, dass es diese Veranstaltung bald nicht mehr gibt.

**In Ihrem Blog<sup>1</sup> zu den diesjährigen LA Screenings kann man lesen, dass das Cable-TV, also das amerikanische Pay-TV, wenn es um Innovation und Radikalität geht, besser abschneidet als die Networks. Heißt das, die Zukunft des anspruchsvollen Fernsehens liegt im Pay-TV-Bereich?**

Was die USA betrifft, sprechen wir hier nicht von der Zukunft, sondern von der Gegenwart. HBO ist mit Serien wie *THE SOPRANOS* (US, HBO 1999–2007) und *SIX FEET UNDER* seit Jahren eine treibende Kraft des Qualitätsfernsehens. Das liegt daran, dass die Cable-Sender nicht diesem unglaublichen Druck der Werber ausgesetzt sind und auch mal ein Risiko eingehen können. In den USA macht sich zurzeit eine Fragmentierung des Marktes bemerkbar. Die Networks haben immer mehr Mühe, genügend Werbegelder einzuspielen, weil sie Zuschauer an die Cable-Sender verlieren. Daher ist anzunehmen, dass der Pay-TV-Bereich weiter wachsen wird. In der Schweiz sieht die Lage noch anders aus. Aber auch wir profitieren bereits von deutschen Pay-TV-Sendern wie FOX Channel, die angefangen haben, Serien im großen Stil zu zeigen. Da wir es uns nicht leisten können, sie selbst zu übersetzen, sind wir auf die deutschen Synchronfassungen angewiesen. Dank Pay-TV kann man nun *THE WIRE*, *THE WEST WING* und *ENTOURAGE* (US, HBO seit 2004) auf Deutsch zeigen.

**Das Schweizer Fernsehen ist seit einigen Jahren auch online aktiv. Sie betreiben einen Serien-Blog und haben ein Serien-Forum eingerichtet. Was versprechen Sie sich davon?**

Serienzuschauer sind in der Regel treu und engagiert. Sie melden sich mit Kommentaren, Wünschen oder Beschwerden – wenn der Sport mal wieder eine Episode rausgeschmissen hat. Mit dem Blog und dem Forum kommen wir der Dialogbereitschaft dieser Zuschauer entgegen und hoffen, so zur Zuschauerbindung beizutragen.

1 <http://film.blog.sf.tv/serien-news/>

### Gehen Sie auf die Wünsche der Fans ein?

Da sind wir vorsichtig. Wir nehmen zwar gerne Tipps entgegen; doch bevor wir eine Serie kaufen, müssen wir sichergehen, dass sie nicht nur die Freaks anspricht.

### Inwiefern wirkt sich die Finanzkrise auf die Serienproduktion aus?

Was die Studios an Werbeeinnahmen einbüßen, versuchen sie mit geringeren Produktionskosten und Querfinanzierungen auszugleichen: Viele Billigproduktionen sollen wenige Prestigeserien tragen. Ihr Ziel ist, das Angebot trotz finanzieller Einschränkungen qualitativ und quantitativ zu halten. Wenn der Plan aufgeht, sollten Serienzuschauer also wenig von der Krise merken.

### Wie ist das beim Schweizer Fernsehen? Werden den Sparmaßnahmen auch ein paar Serien zum Opfer fallen?

Wir sind gerade dabei, neue Verträge mit den Studios auszuhandeln, und müssen feststellen, dass auf unsere Sparmaßnahmen niemand Rücksicht nimmt. Im Gegenteil, alle wollen noch mehr Geld. Wie sich das im Endeffekt auf unsere Programmierung auswirken wird – ob wir weniger Termine mit Erstaussstrahlung bestücken oder ob es uns doch gelingt, die Preise runterzuhandeln –, das wird sich weisen.

## Autorinnen und Autoren

**Robert Blanchet** hat in Wien Publizistik, Geschichte und Philosophie studiert und arbeitet derzeit an einer Dissertation zur Emotionstheorie am Seminar für Filmwissenschaft der Universität Zürich. Er ist Autor des Buches *Blockbuster: Ästhetik, Ökonomie und Geschichte des postklassischen Hollywoodkinos* (Schüren 2003) und Mitherausgeber und Koautor von *New Hollywood bis Dogma 95: Einführung in die Filmgeschichte, Band 3* (Schüren 2008) (mit T. Christen).

**Michel Bodmer** ist unter anderem für den Einkauf von Serien für das Schweizer Fernsehen verantwortlich und kennt sich bestens mit den wirtschaftlichen Aspekten des Seriengeschäfts aus. Auf der Website des Schweizer Fernsehens führt er einen Film- und Serien-Blog: <http://film.blog.sf.tv>.

**Rudmer Canjels** unterrichtet komparative Kunstgeschichte und Medienwissenschaften an der Freien Universität Amsterdam. Zu den Themen seiner Kurse gehören transmediales Storytelling, Paratexte, Dokumentarfilmtheorie und partizipatorisches Fantum. Er ist Autor von *Distributing Silent Serials* (Routledge 2011), Koautor von *A History of Royal Dutch Shell* (Oxford Univ. Pr. 2007) und verschiedener Artikel über Serials und Serialität im Stummfilm. Derzeit arbeitet er an einem Forschungsprojekt über die kollektiven Bilder von Wissenschaft und Innovation in Industriefilmen der 1950er und 60er Jahre.

**Glen Creeber** ist Senior Lecturer in Film and Television an der Aberystwyth University (England). Zu seinen Publikationen gehören *Dennis Potter: Between Two Worlds, A Critical Reassessment* (Macmillan 1998); *Serial Television: Big Drama on the Small Screen* (BFI 2004) und *The Singing Detective: BFI Television Classics* (BFI 2007). Er ist außerdem Herausgeber von *The Television Genre Book* (BFI 2001 und 2008); *50 Key Television Programmes* (Arnold 2004); *Tele-Visions: An Introduction to Studying Television* (BFI 2006) und (mit R. Martin) *Digital Cultures: Understanding New Media* (Open University Press 2008).

**Nicola Dusi** ist promovierter Mediensemiotiker an der Università di Modena e Reggio Emilia (Italien). Er ist Mitherausgeber der Filmzeitschrift *Segnocinema* und der semiotischen Online-Fachzeitschrift *E/C*. Von 2004 bis